



*Speciaal voor u 1@DieReportage
Verdachten aangehouden voor bedreiging Jumbo
<http://dvr.it/LKX059>*

5 **Bedreiging Jumbo**

Edith Leentvaar

5.1 Inleiding

Angst is een slechte raadgever. Een bedreiging roept, vanwege de onzekerheid van het feitelijke risico, soms veel angst op. Wanneer de bedreiging specifiek gericht is op een persoon, is er niet direct sprake van een brede of collectieve onrust. Dat wordt anders wanneer het gevaar willekeurig ieder van ons kan treffen. De terroristische aanslagen in Frankrijk (2015) en België (2016) hebben het denken over de dreiging van een aanslag voor velen veranderd. Helpt het om in situaties van onzekerheid zo veel mogelijk beschikbare informatie te delen, of beïnvloedt dat juist ons gevoel van onrust?

Bedreiging en afpersing komen in ons land met grote regelmaat voor. De politie heeft door de jaren heen ervaring en expertise opgebouwd om in te kunnen schatten of dergelijke berichten en signalen serieus genomen moeten worden. Ondanks al die kennis en kunde blijft onzekerheid natuurlijk een van de belangrijkste aspecten van dit soort incidenten.

De bedreigingen die gericht waren op een aantal Groningse vestigingen van de supermarktketen Jumbo raakten het dagelijks leven van een groot aantal mensen. Een verdacht pakketje bij een eerste filiaal, een ontploffing bij een tweede, een ontruiming vanwege een bommelding in weer een andere vestiging; de incidenten volgden elkaar binnen enkele weken snel op. Tijdens het opsporingsonderzoek, dat een aantal maanden heeft geduurd, werden bij alle Jumbowinkels extra veiligheidsmaatregelen getroffen, maar bleef grote maatschappelijke onrust uit en bleven veel mensen gewoon hun boodschappen bij deze supermarkten doen. Kwam dat omdat er bij alle incidenten alleen

sprake was van overlast of schade en er geen gewonden zijn gevallen? Was het de spreiding over verschillende locaties en in de tijd? Heeft de omslag bij de politie naar een actieve communicatiestrategie met een oproep aan burgers om mee te reageren hieraan bijgedragen?

Het verloop van het opsporingsonderzoek, waarin tips en aanwijzingen na enkele maanden leidden tot de aanhouding van een verdachte, is op zich al bijzonder interessant. De lessen uit deze casus zijn gebaseerd op de afwegingen en keuzes in het communicatieproces. Daarvoor is gebruikgemaakt van evaluaties en artikelen die in de media en op internet zijn verschenen. De medewerking van de communicatieadviseur en onderzoeksleider van de politie zijn essentieel geweest om inzicht te geven in de dilemma's en werkwijze van het politieteam.

5.2 Feitenrelaas

In de nacht van 8 mei 2015 treft een voorbijganger een verdacht pakketje aan bij het Jumbofiliaal aan de Wilhelminakade in Groningen. De Explosieven Opruimingsdienst van Defensie (EOD) wordt ingeschakeld en weet het explosief onschadelijk te maken. De experts geven aan dat ontploffing van het pakketje zeker tot slachtoffers had kunnen leiden.

Enkele dagen later ontvangt Jumbo een dreigmail van een onbekend persoon die een groot aantal 'bitcoins' (een digitale geldeenheid) eist. Daarmee wordt voor de politie meer duidelijk over de achtergrond van het gevonden explosief. Juist omdat er al een eerste incident heeft plaatsgevonden, neemt de politie de dreigmail direct serieus. De dader stuurt in mei nog twee keer een bericht naar Jumbo. Eind mei wordt een explosief bij de Jumbo aan het Overwinningsplein in Groningen niet op tijd opgemerkt en ontploft. Schade aan de winkel is het gevolg. De beelden van de bewakingscamera en de verbanden die tussen beide incidenten te leggen zijn, bieden de politie nieuwe informatie voor het opsporingsproces; een Team Grootschalig Onderzoek (TGO) wordt dan actief.

Een kleine week later ontvangt het hoofdkantoor van Jumbo een brief met een vergelijkbare inhoud als de eerdere berichten. Wanneer de dag erna rond het middaguur bij de politie een melding binnenkomt dat er bij weer een andere Jumbovestiging een explosief zou

zijn geplaatst, wordt er direct actie ondernomen en wordt een Staf Grootchalig en Bijzonder Optreden (SGBO) ingesteld. Vanwege de eerdere incidenten besluit de politie de supermarkt en de directe omgeving te ontruimen. Dat heeft nogal wat voeten in de aarde, aangezien deze Jumbosupermarkt grenst aan een groot complex van gebouwen. Er wordt daarom multidisciplinair opgeschaald naar GRIP-1. In de snel ingezette ontruiming wordt behalve de Jumbo ook een sportschool en een restaurant meegenomen. Scholen en kantoren zijn omdat het weekend is veelal gesloten, en in het voetbalstadion van FC Groningen wordt op dat moment gelukkig ook geen wedstrijd werd gespeeld. Ook moeten bewoners van twee ruim twintig verdiepingen tellende woontorens worden geïnformeerd en heeft het afzetten van het gebied consequenties voor de parkeergarage onder de Euroborg (met negenhonderd parkeerplaatsen). Al met al gaat het om bijna tweeduizend mensen. Pas in de avond rondt de EOD de zoektocht naar explosieven in en rond de supermarkt af, zonder dat er iets van explosieven gevonden is. De gemeente Groningen organiseert de volgende ochtend een bijeenkomst voor alle omwonenden en ondernemers; een klein aantal mensen maakt hiervan gebruik om zich te laten informeren of vragen te stellen.

De reeks dreigingen is voor de politie reden om enkele gegevens die inmiddels zijn verzameld breed te delen in het programma *Opsporing Verzocht*.⁵⁶ Daarin worden onder andere de camerabeelden vertoond van de Jumbo aan het Overwinningsplein waar in mei een explosief tot ontploffing kwam.

De weken daarna blijft het rustig, totdat begin juli een Jumbovestiging aan de Veemarkt in Zwolle een verjaardagskaart ontvangt met daarin een explosieve stof. Gelukkig raakt ook hierbij niemand gewond.

Landelijk worden naar aanleiding van de incidenten in Groningen al extra veiligheidsmaatregelen genomen bij alle meer dan vijfhonderd Jumbovestigingen. De context leidt ertoe dat op meer plaatsen Jumbofilialen tijdelijk moeten worden ontruimd. De Jumbo bij de Euroborg in Groningen wordt in augustus voor de tweede keer ontruimd na de vondst van een verdacht pakketje in een prullenmand. Ook in Rosmalen wordt een filiaal ontruimd; hier wordt in een prullenbak

⁵⁶ Uitzending *Opsporing Verzocht* van 9 juni 2015.

een piepend apparaat aangetroffen, dat bij nader onderzoek veroorzaakt wordt door een lege accu. In Nijmegen is een achtergelaten bak met aardappelsalade al reden voor alarm.

In het opsporingsonderzoek wordt nog met allerlei scenario's rekening gehouden. Is er sprake van één of meer daders? Is 'geld' werkelijk het motief of zijn er andere redenen? Wat te doen als er een periode geen dreigberichten meer binnenkomen en er nog geen verdachte is aangehouden? Of erger, wat als de incidenten toenemen of er door daadwerkelijke explosies gewonden vallen?

Om meer informatie over de dader(s) te krijgen, gaat de politie over op een actieve communicatiestrategie. Een deel van het dossier komt zelfs openbaar op de website van de politie te staan en wordt door tienduizenden mensen bekeken. In een tweede uitzending van *Opsporing Verzocht*, eind augustus 2015, geeft de leider van het politieonderzoek zo veel mogelijk informatie en vraagt het publiek 'mee te speuren'. De oproep leidt tot honderden tips; over (het profiel van) de dader, over materialen die bij de explosies zijn gebruikt, over het motief. Naar aanleiding van de informatie dat een bedrag in bitcoins is geëist, biedt een aantal deskundigen zich aan de politie van kennis te voorzien.

Het – collectieve – opsporingswerk resulteert in oktober 2015, bij een nieuwe poging tot afpersing, in de aanhouding van een 50-jarige man en een jongen van 15 jaar. De man wordt strafrechtelijk vervolgd. In de zomer van 2016 is zijn zaak door de rechter behandeld en is hij veroordeeld tot acht jaar detentie.

De communicatie en samenwerking met het publiek in deze zaak hebben, los van de aanhouding, nog een ander mooi resultaat gebracht: de onderzoeksleider, en daarmee alle teamleden, hebben de eerste Noorder Pers Sociëteit Reuringprijs ontvangen. De prijs wordt toegekend aan diegene 'die op een vernieuwende, creatieve en/of bijzondere manier zorgt voor opschudding op het raakvlak van communicatie en journalistiek'.⁵⁷

57 Bron: www.noorderperssociëteit.nl.

5.3 In hoeverre het publiek bij het opsporingsonderzoek betrekken?

Deze casus heeft meerdere aspecten in zich die interessant zijn om te belichten. Het opsporingsproces en de inschatting van de dreiging bijvoorbeeld, of de samenwerking binnen de multidisciplinaire crisisorganisatie bij de ontruiming in relatie tot het al lopende opsporingsonderzoek. Het meest in het oog springend in het verloop van deze casus is echter de keuze voor openheid in de communicatie over het onderzoek en het betrekken van het publiek (burgerparticipatie) in het opsporingsproces. Van oudsher staat dat op gespannen voet met belangen op het terrein van opsporing. De uitdrukking ‘daar kan ik u, in het belang van het onderzoek, geen mededeling over doen’ is een welbekend adagium.⁵⁸

In de keuze voor vergaande openheid moest een aantal hindernissen genomen worden. Het doel om het publiek te betrekken en te vragen mee te denken was helder. Tegelijk bestond het risico dat meer openheid het gevoel van onrust of onveiligheid zou versterken, zowel onder het publiek als onder medewerkers van Jumbofilialen. Daarnaast moest binnen de politieorganisatie worden afgewogen of de inzet van zoveel personeel verantwoord was en bleef, ten opzichte van de ernst van de dreigingen en incidenten.

Een ander risico was dat alle vormen van communicatie effect zouden kunnen hebben op het gedrag van de dader. In de afweging moesten tegelijk ook de economische belangen van Jumbo worden meegenomen. Ook de betrokkenheid van deze private partij bij het delen van informatie en zoeken naar samenwerking met het publiek is een bijzonder aspect van deze casus.

De keuze tussen het wel en niet delen van informatie met het publiek moest op meerdere momenten worden gemaakt door nieuwe dreigingsberichten en incidenten rond verdachte pakketjes.

In dit hoofdstuk wordt terugblik op de dilemma's in de keuze tussen de reguliere communicatielijnen en de actieve communicatiestrategie, waarin zo veel mogelijk openheid werd gegeven en burgers werd gevraagd te participeren in het onderzoek.

⁵⁸ Zie bijvoorbeeld Johannink & Jong, 2009.

5.4 Analyse

Crisiscommunicatie is de afgelopen jaren meer en meer een interactief proces geworden, waarin burgers een veel ruimer eigen aandeel hebben gekregen. Iedereen kan via internet of andere kanalen zelf allerlei informatie vinden, zowel actuele berichten als achtergrondinformatie. De opkomst van de sociale media heeft ervoor gezorgd dat iedereen ook informatie kan delen met anderen. De rollen van zender en ontvanger, vaststaande elementen van het communicatieproces, kunnen vandaag de dag dan ook zowel door burgers als de overheid worden ingevuld.

In de eerste fase van het politieonderzoek (na de vondst van het eerste explosief, de dreigberichten en de ontploffing bij het tweede filiaal) is er van brede communicatie met het publiek nog geen sprake. Meerdere rechercheurs houden zich bezig met het onderzoek, er is afstemming met het management van de Jumbo, en er worden buurtonderzoeken uitgevoerd. De bommelding bij de Jumbo bij het Euroborgstadion kan achteraf als een keerpunt gezien worden. De impact van dit incident was veel groter doordat het overdag plaatsvond en daardoor een groot-schalige evacuatie tot gevolg had. Dat betekende in ieder geval dat vanuit de supermarkt en aangrenzende bedrijven en woningen een grote groep mensen betrokken raakte. De multidisciplinaire opschaling en de duur van de zoektocht naar explosieven versterkten de belangstelling van de media en daarmee ook de effecten. De politie werd op de plaats van het incident ook geconfronteerd met de verspreiding van livebeelden via Periscope, een nieuw fenomeen van burgerjournalistiek. Met een telefoon in de hand deed een van de klanten van de Jumbo na de ontruiming direct verslag van de verdere gebeurtenissen rondom de supermarkt en reacties van andere betrokkenen. Die beelden konden door iedereen die zich als volger aanmeldde worden bekeken. Via Periscope konden de volgers ook opmerkingen maken en vragen stellen aan degene die de beelden opnam en uitzond. De maker van de beelden reageerde na afloop als volgt:

‘Ondertussen begonnen de vragen ook via Periscope binnen te komen en toen werd het echt leuk! Want ik kon proberen op die vragen antwoorden te krijgen en de volgers stimuleerden me over “grenzen” heen te gaan. “Gewoon op die COPI-bak afgaan”, zeiden

ze. Zo kreeg ik al mensen van de politie en brandweer te spreken nog voordat de reguliere media er waren. RTV Noord was er wel heel snel en verslaggevers hebben me fantastisch geholpen; met een oplader en een microfoon. Zij wisten te melden dat ik heel veel volgers had, inclusief de NOS! Ik ben dat toen maar gaan noemen bij de interviewtjes, want dat bleek wel indruk te maken als er weer iemand vroeg “waar ik van was”. Bijna niemand kende Periscope, maar men begreep al snel dat ze me serieus moesten nemen. Alle lof overigens voor de woordvoerders van de brandweer en politie die dit, na heel even in de weerstand te zijn geschoten, – “dit hebben we nog niet eerder meegemaakt, ik kom zo bij je terug” – snel door hadden en mij en de inmiddels bijna 1400 volgers goed op de hoogte hielden.⁵⁹

Met de aandacht in de media en de bijeenkomst voor bewoners en ondernemers de dag na de ontruiming, zochten burgemeester Den Oudsten en een woordvoerder van politie naar een balans tussen alertheid en het beperken van de maatschappelijke onrust. ‘Er zijn daadwerkelijk twee explosieven gevonden, dus het is serieus’ (burgemeester) en ‘We zien wel dat het hem [de dader, EL] niet om slachtoffers te doen is. Hij wil vooral schade veroorzaken.’ (politie)⁶⁰

De impact van de dreiging en de ontruiming van de Euroborg en de opvolging van de incidenten in enkele weken voerde de druk op om snel tot resultaten te komen. Dat gebeurde vervolgens onder andere door begin juni de camerabeelden van de verdachte, gemaakt bij de Jumbo aan het Overwinningsplein, te tonen in het televisieprogramma *Opsporing Verzocht*. Ook vroeg de politie of het publiek meer informatie kon geven over de emmer waarin de explosieven waren vervoerd en over een auto die in de directe omgeving geparkeerd stond. De uitzending leverde de politie een twintigtal tips op.

59 ‘En dan doe je opeens via Periscope live verslag van een bommelding’, blog van Rianne Schuurman van 7 juni 2015 op *De nieuwe reporter*. Op 26 augustus 2016 ontleend aan <http://www.denieuwereporter.nl/2015/06/en-dan-doe-je-opeens-via-periscope-live-verslag-van-een-bommelding>.

60 ‘Bommenlegger Jumbo “wil alleen schade veroorzaken”’, blog van Lotte Grimberg van 9 juni 2015 op *De Ondernemer*. Op 26 augustus 2016 ontleend aan <http://www.deondernemer.nl/nieuwsbericht/3479/bommenlegger-jumbo-wil-alleen-schade-veroorzaken>.

De kans op het ontstaan van maatschappelijke onrust bij nieuwe incidenten, het risico dat bij een volgend explosief mensen gewond zouden raken, de zorgen vanuit Jumbo over economische schade wanneer het aantal klanten zou gaan teruglopen, de capaciteit die nodig was tijdens het politieonderzoek, en natuurlijk de drive om een dergelijke zaak op te lossen, brachten de politie ertoe nog actiever richting publiek te gaan communiceren en het publiek ook in het onderzoek te betrekken. Dit idee omzetten in de praktijk vroeg eerst nog wel de nodige afweging en voorbereiding.

Ten eerste zou actieve communicatie over de bedreigingen en de incidenten die hadden plaatsgevonden, de maatschappelijke onrust kunnen verminderen, maar ook kunnen versterken. De NCTV merkt in de ‘Handreiking terrorismegevolgbestrijding’ hierover het volgende op:

‘Communicatie bij een dreiging roept altijd de vraag op of het publiekelijk communiceren verstandig is of dat er beter (nog) niet kan worden gecommuniceerd. Een dreiging kan onbedoeld bijdragen aan angst en onrust, terwijl er geen of een beperkt handelingsperspectief is.’ (NCTV, 2015, p. 11)

Communiceren over risico's

Enkele jaren geleden bleek sprake van onrust vanwege bedreigingen toen bij meerdere basisscholen en een kinderopvang in Weesp dreigementen waren binnengekomen. In overleg tussen de gemeente, de politie en de scholen werd een brief opgesteld om de ouders hierover te informeren. Een potentieel gevaar voor kinderen brengt onvermijdelijk hun ouders in beroering; de inhoud van de brief was echter niet veel meer dan een beschrijving van de situatie (dreiging) en enkele maatregelen die waren afgesproken. Nadere informatie waaruit de dreiging bestond, de betekenisgeving en een handelingsperspectief ontbraken. Het leidde tot grote onrust onder de ouders. Hetzelfde fenomeen deed zich voor bij de dreiging die in 2013 uitging naar middelbare scholen en het beroepsonderwijs in Leiden. Aangezien de maatregelen (het sluiten van de scholen en extra beveiliging) niet voor alle scholen werden genomen, ontstond er onrust bij de ouders van kinderen op de onderwijsinstellingen die hierin niet betrokken waren (zie Van Duin & Ponjee, 2014).

Andersom beïnvloedde in 2011 de berichtgeving van het RIVM over de EHEC-uitbraak in Duitsland het eetpatroon van veel Nederlanders, doordat de bacterie in verband werd gebracht met rauwe groenten als komkommer, sla en taugé. De besluiten van andere landen om geen groente en fruit uit ons land te importeren bracht op zijn beurt forse schade toe aan de agrarische sector. Bij het ontstaan van de eerste onrust speelde zeer waarschijnlijk een rol dat de epidemie in Duitsland pas na enkele weken werd (h)erkend en de gevolgen daardoor dus groter waren dan nodig was geweest. De dodelijke slachtoffers en de voor lange tijd onbekende bron van de besmetting maakten dat er terughoudend werd gecommuniceerd over de relatief kleine risico's van EHEC zelf, en juist veel over de maatregelen. De negatieve kant van de berichtgeving kreeg daarmee de overhand. Daardoor was er in een later stadium weer een nieuwe campagne nodig om het vertrouwen in de Nederlandse groente- en fruitsector te herstellen.

Een ander aspect dat voor de politie een rol speelde was hoe de dader zou reageren op de verandering in communicatiestrategie. Een eerste mogelijkheid was dat de dader door alle extra aandacht voorzichtiger zou worden en zich zou terugtrekken; daarmee zou het opsporingsonderzoek moeilijker worden. Een tweede mogelijkheid was dat de dader zich door alle extra aandacht opgejaagd zou voelen en, als een kat in het nauw, grotere risico's zou gaan nemen.

Een doelgroep die in de afwegingen ook specifiek werd meegenomen, was de Jumbo. Voor het bedrijf speelden meerdere, soms tegenstrijdige, belangen. Bedreigingen of andere incidenten worden in de commerciële sector vaak zo lang mogelijk stilgehouden om schade aan het imago van het bedrijf of merk te voorkomen. Door de vondst van een verdacht pakketje, een explosie en een ontruiming was die lijn inmiddels een gepasseerd station. Actieve communicatie, gericht op een zo breed mogelijk publiek, kon alsnog economische schade betekenen. Tegelijk moest de directie rekening houden met de onrust onder het personeel. Nadat was gebleken dat de bezorging van de verjaardagskaart met een explosieve stof pas enkele weken later aan het personeel bekend was gemaakt, had een vakbond al om meer openheid van zaken gevraagd.⁶¹ Boven alles was de wens van de winkelketen dat de dreiging

⁶¹ Distrifood, 7 augustus 2015. Branche & Bedrijf: Nieuws: FNV keurt houding Jumbo over dreiging af. Op 26 augustus 2016 ontleend aan <http://www.distrifood.nl/branche-bedrijf/nieuws/2015/8/fnv-keurt-houding-jumbo-over-dreiging-af-10192170>.

en incidenten zouden eindigen, liefst door aanhouding van een dader, zodat ook meer duidelijk zou worden over het motief. De gezamenlijke doelstelling om het onderzoek te versnellen zonder daarmee extra onrust te veroorzaken en juist het vertrouwen in de betrokken partijen te behouden was daarmee de basis voor de samenwerking tussen politie en Jumbo.

Een laatste horde die genomen moest worden in de afweging van de nieuwe communicatiestrategie was de capaciteit die nodig was voor de uitvoering ervan. De aanpak vroeg om opschaling naar een ECCT (eenheidscrisiscommunicatieteam) om alle noodzakelijke onderdelen te kunnen invullen. Daarbij ging het onder meer om afstemming met de leider van de SGBO en met de leider van het TGO, het briefen en de aansturing van het team, het maken van omgevingsanalyses, het coördineren van alle berichten op sociale media, een webredacteur, een persvoorlichter, en tegensprekers/lezers. Het personeel dat zich hierop zou gaan richten, moest worden vrijgemaakt van andere werkzaamheden.

De voordelen van de keuze voor de actieve communicatiestrategie, en dan met name de grotere kans op nieuwe informatie voor het opsporingsonderzoek en het behouden van vertrouwen door inzicht te geven in wat tot nu toe bekend was, wogen uiteindelijk op tegen de nadelen (de mogelijke economische schade voor Jumbo, een mogelijk risicovolle reactie van de dader en de benodigde inzet van de politieorganisatie). Het sloot aan bij de opdracht van de SGBO, waarin veiligheid prioriteit kreeg boven de belangen vanuit opsporing, zoals privacy en het opbouwen van bewijslast. De voorbereidingen startten om delen van het onderzoeksdossier op de website van de politie te plaatsen. Het moment van publiekelijk openbaar maken moest nog enkele keren uitgesteld worden door incidenten die plaatsvonden en nieuwe dreigberichten die bij Jumbo en de politie binnenkwamen. Elke keer werd daarna opnieuw overleg gevoerd in de SGBO en afgestemd met het TGO of hierdoor de gekozen strategie aangepast moest worden.

Uiteindelijk kon half augustus met een uitzending van *Opsporing Verzocht* het publiek opnieuw betrokken worden bij het onderzoek. Vanaf dat moment waren delen van het onderzoeksdossier te vinden op de website van de politie: de beelden van de bewakingscamera, waarop de dader (vaag) te zien is bij de Jumbo aan het Overwinningplein,

het verwachte profiel van de dader, de mogelijke motieven en de kookwekkers die bij de explosieven waren gebruikt. Ook stonden op de website een infographic met een tijdlijn en enkele vragen waarmee de politie nieuwe aanknopingspunten hoopte te vinden, zoals over een geparkeerde auto en gestalde fiets. De televisie-uitzending was echter niet de enige manier waarop de politie burgers informeerde en hun hulp inriep. Er werden ook berichten uitgedaan via Twitter, Facebook, Instagram, Burgernet, de politie-app en een YouTube-kanaal. Sommige van deze media zijn specifiek voor deze casus voor het eerst ingezet. Zo ontstond het idee om in een filmpje een directe oproep te doen en werd in korte tijd met geïmproviseerde middelen de leider van het onderzoek voor een camera geplaatst om zo de dialoog met het publiek aan te gaan.

De communicatieaanpak kreeg veel belangstelling. Binnen een dag ontving de politie al meer dan 250 tips, het tienvoudige van de reacties na de eerste uitzending in *Opsporing Verzocht*. Na een week hadden al meer dan 80.000 mensen het digitale dossier op de website bezocht en waren de filmpjes op YouTube 165.000 keer bekeken.⁶² Een algemene analyse van de berichten op sociale media laat zien dat in die week het aantal berichten over de bedreigingen van de Jumbo opeens steeg naar een gemiddelde van zo'n 300 berichten per dag.

Het communicatie- en het onderzoeksteam draaiden die periode op volle toeren; de gekozen lijn betekende dat alle informatie dagelijks gelezen en verwerkt werd en dat er reacties teruggeplaatst werden, zowel over het proces (waar kwamen de meeste tips op binnen) als over de inhoud (toevoegen van een nieuw motief, nieuwe vragen). Ondertussen was er ook een dagelijkse monitoring van sociale media en van het aantal klanten in de supermarkt om na te gaan of de maatschappelijke onrust zich uitbreidde of niet.

De toenemende aandacht werkte natuurlijk ook door in alertheid van het winkelend publiek en personeel, wat terecht of niet terecht weer tot meldingen van verdachte situaties leidde. Er werden in die weken in Rosmalen, Berlicum, Den Haag, Hillegom, Nijmegen en wederom bij het Euroborgstadion in Groningen supermarkten ontruimd. Ook bij deze laatste inzet was het communicatieteam van de politie alert en

62 Bron: politie.nl/jumbo (inmiddels niet meer online beschikbaar).

werd een liveblog gestart van de gebeurtenissen die gelukkig minder langdurig waren dan bij de eerdere ontruiming. Het bericht van ‘loos alarm’ werd als afsluiting op de liveblog direct gevolgd door een oproep om mee te blijven denken in het onderzoek.

De meest concrete aanwijzing die de politie had, de gebruikte kookwekkers, bleek ook de meest succesvolle. Gekoppeld aan andere informatie die het publiek aanleverde, kon de politie bij een volgende poging tot afpersing twee verdachten arresteren. Ook hierover is het publiek via alle ingezette kanalen geïnformeerd, waarbij de persconferentie over de aanhouding zelfs via Periscope werd uitgezonden en vragen tijdens de live-uitzending via Twitter werden beantwoord.

5.5 Afronding

De rol van communicatie in ons leven is enorm toegenomen; ‘we communiceren meer dan we eten’ (Regtvoort & Siepel, 2007, p. 16). Zowel de overheid als de media en het publiek zijn er steeds meer van doordrongen dat de rol van de overheid niet meer alleen die van nieuwsbrenger is. Beelden van incidenten kunnen via burgerjournalistiek zelfs live worden gevolgd, zoals bleek in de Periscope-uitzending tijdens de ontruiming van de Jumbo bij het Euroborgstadion in Groningen. Informatie over een dader of slachtoffer is binnen de kortste keren via Facebook of Twitter bekend. Voor de overheid ligt het accent van de crisiscommunicatie dan vooral in het bevestigen van informatie en het duiden van de crisis.

Een belangrijke les van deze casus is dat het niet bij het constateren van die veranderingen hoeft te blijven, maar dat je je ook kunt afvragen hoe die ontwikkelingen in onze manier van communiceren te benutten zijn. Wanneer er voor een opsporingsonderzoek juist behoefte is aan informatie, is het de kunst om al die kennis die in de samenleving beschikbaar is op een goede manier boven water te krijgen. Het inzetten van het publiek als laagdrempelige rechercheur ging niet zonder slag of stoot, maar bleek tijdens deze casus wel behoorlijk effectief. Een eerste bouwsteen daarvoor was het inzicht dat de keuze voor open communicatie en betrokkenheid van het publiek het belang van openbare orde (veiligheid) diende en de zo verkregen aanvullende informatie ook een bijdrage kon leveren aan het opsporingsonderzoek. Dat maakte

de weg vrij om de noodzakelijke capaciteit hiervoor vrij te maken. De tweede bouwsteen werd gevormd door een kundig en gedreven communicatieteam. Een team, waarin alle denkbare scenario's werden voorbereid, waarvan de leden bedreven waren in het verspreiden van en reageren op berichten via alle mogelijke communicatiekanalen, waarin men durfde te experimenteren en mee te bewegen met nieuwe vormen, en waarin er kritisch gekeken is naar nut en noodzaak in de uitvoering van de communicatiestrategie.

Een afweging over openheid van onderzoeksdossiers zal altijd moeten blijven plaatsvinden om zo ook onze rechtsbeginselen te kunnen waarborgen. Angst voor, onbekendheid met of onervarenheid in het nieuwe, zoals veranderende doelgroepen of mogelijkheden in techniek, moeten daarin niet als slechte raadgever optreden.